

2012

Técnicas de  
Investigación

HERNÁNDEZ MELO ERIKA LILIAN

OLGUIN TRINIDAD NANCY

QUIROZ ORTEGA TANIA

**[INDUSTRIA DEL CACAO]**

MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL



# Industria

# del CACAO

# INDICE

1. PRESENTACION.	PAG 3
2. HISTORIA DEL CACAO.	PAG 5
3. PRODUCCION DEL CACAO.	PAG 7
4. MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL	PAG 15
5. OFERTA Y DEMANDA.	PAG.25
6. COMPETIVIDAD	PAG 28
7. MERCADO INTERNACIONAL	PAG 30
8. PROPUSTAS INTEGRELES	PAG 35
9. GLOSARIO.	PAG 38
10.REFERENCIAS.	PAG39

## **PRESENTACIÓN**

---

INEGI, SAGARPA, BANCO DE MEXICO, SIAVI, ASCHOCO, ONU, entre otras son solo algunas de las organizaciones que tienen en su registro nacional al cacao en el último lugar del listado de las grandes producciones agrícolas.

Esta investigación busca establecer un encuentro real y actual de la situación del cacao mexicano dentro el mercado, detalles como su producción, sus raíces, como su participación activa y pasiva en el mercado nacional e internacional y por supuesto su desarrollo en el sector agrícola.

En un mundo globalizado como este, con los alcances tecnológicos, que existen y con todo el desarrollo del mercado y con esta semilla parte de nuestra historia, surge el interés que parte de la simple idea ¿Por qué siendo el cacao parte de nuestra historia nacional y parte importante de nuestra economía, tiene hoy en día un lugar deplorable en el mercado a nivel nacional y peor aún en el mercado internacional?

En su tiempo de antaño las semillas de cacao se usaban como moneda para el intercambio de productos, de este modo era parte vital de la economía prehispánica y fue parte importante para el estudio en la numismática en la época. *(MIDE, 2012)*

Otro punto que es importante detallar es el cacao como parte de la historia nacional, el cacao fue un regalo enviado por los dioses aztecas. Según la leyenda el cacao se usaba para el deleite del paladar de los dioses aztecas y mayas, y posteriormente entregado a los humanos como recompensa. Un producto de la

naturaleza único en su especie y con propiedades interesantes para las culturas prehispánicas

La historia, como todo evoluciona gracias al paso del tiempo y a los cambios que sufre a partir de sus efectos. ¿Cuál es la diferencia entre un cacao prehispánico y un cacao en el siglo XXI? La diferencia radica, entre muchas otras cosas en los usos recientes que tiene el cacao, su crecimiento y sus diferentes formas. La más conocida, el chocolate.

Si pudiéramos señalar algunas aplicaciones serían las terapéuticas, los tratamientos dermatológicos, los productos cosméticos, los complementos de algunos alimentos nutritivos, las botanas entre otros.

El problema constante es que el cacao mexicano ha dejado de ser competitivo a nivel mundial y nacional, en el estricto aspecto industrial del chocolate, y desafortunadamente México no parece proyectar un futuro proactivo y tener una ventaja que mejore su competitividad, debido a los grandes problemas en el sector, a los inconvenientes económicos y la falta continua de apoyo económico y social que envuelve a la industria del cacao.

Los procesos productivos también son un detalle interesante que afecta la industria cacaotera y eso se ve influenciado en un sentido negativo, con la falta de tecnología y apoyo aunando a la mala distribución de los recursos. ¿Cuál es el proceso productivo más eficaz para el desarrollo de la industria?, ¿Cuál es la tecnología que hace falta para hacer crecer la industria cacaotera y cuál debería ser su uso? Esta y otras respuestas son irremediablemente necesarias para saber dónde colocar el apoyo correspondiente y generar o impulsar la industria.

Esperando proyectar un panorama real y estimar una solución sustentable se hace esta investigación que debe poder sugerir algunas medidas que procuren darle a la industria las ventajas que mejoren las situaciones dentro y fuera del mercado.

## **HISTORIA DEL CACAO**

---

El origen prehispánico del cacao se forja en una leyenda. La leyenda cuenta que un día Quetzalcóatl bajo del reino de los dioses y trajo consigo al dios Tláloc, el cual entre sus facultades era dueño de la lluvia, el dador de vida y el dueño de almas. También vino Xochiquetzal, quien era la esposa de Tláloc, la diosa de la alegría y del amor.

Al ver que los toltecas eran un pueblo trabajador, Quetzalcóatl decidió premiarlos con una planta de dioses y pidió a Tláloc que lo llenara de agua y a Xochiquetzal que le colocara flores, la planta creció y se llenó de frutos y cuando estaba listo. Quetzalcóatl recogió las vainas y enseñó a las mujeres a tostarlo, molerlo y combinarlo con agua obteniendo así el chocolate.

Los Mayas son la comunidad original que inicio los cultivos de cacao en los periodos prehispánicos. La palabra maya que define al cacao es “cacau” derivada de “chacahuaa”.

En el imperio azteca, Moctezuma recibía parte de sus tributos en almendras de cacao, porque estimaba mucho sus bayas como monedas. Como bebida, Moctezuma recibía anualmente 400,000 countles, equivalentes a 160 millones de bayas de cacao, útiles para preparar diariamente 50 tazas de chocolate, para su consumo personal.

En México, el cultivo del cacao estaba esparcido en toda la zona templada y caliente del país. Desde la provincia de Tabasco, hasta Michoacán, Colima, Chiapas y Campeche. Se producía de manera espontánea, pero también se cultivaban cuatro variedades principales de la planta: Quauhcahuatl, Xochicahuatl y Tlacacahuatl.

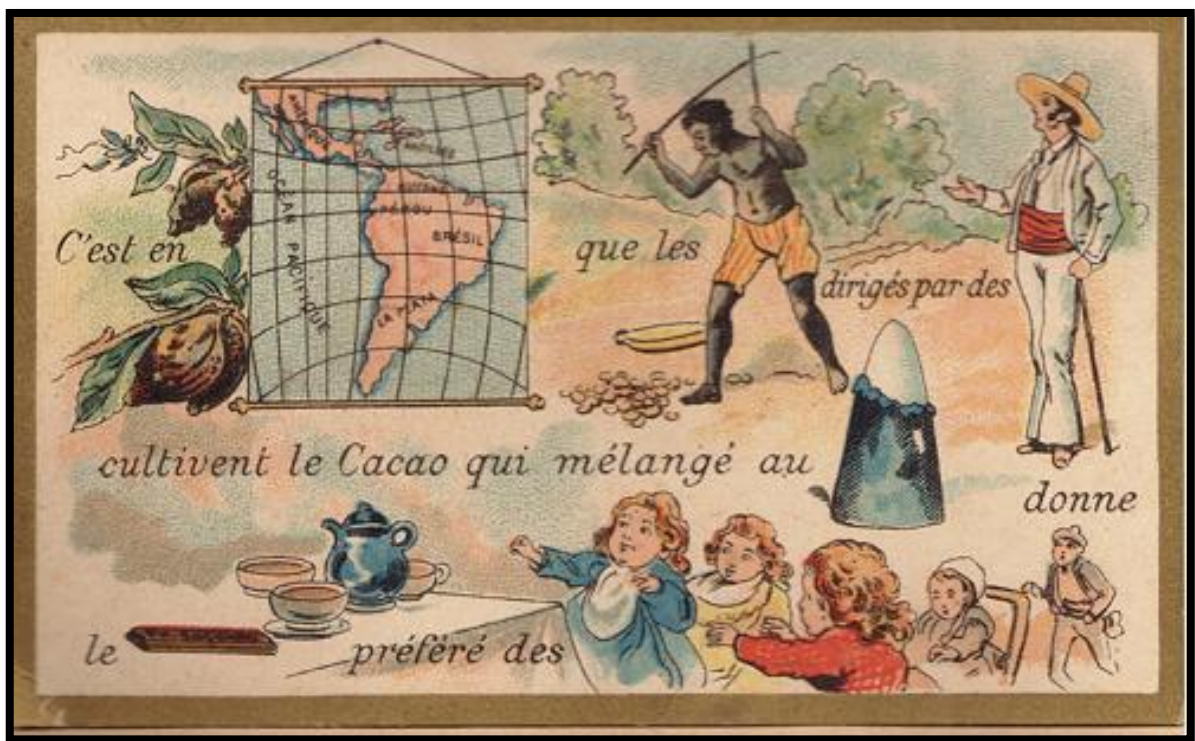


Hoy Tabasco produce cerca del 80% del cultivo en México, el otro 20% proviene de las comunidades en Chiapas.

Los cacaos más estimados eran los de las provincias de Tabasco y Soconusco o Xoconoch, por sus semillas grandes, oleaginosas y de buen sabor.

El cacao es parte de la historia, cultura y de la economía mexicana que genera empleos y una importante contribución al PIB de nuestro país, en específico de los estados de Tabasco y Chiapas. (Aguirre, 2006).

Foto1



1 Título: Imagen 7 Referencia: Ronquillo(2011) No te quiere, Huckleberry. <http://orfanatodeutopias.wordpress.com>

## PRODUCCIÓN DEL CACAO

### FOTO 2



que satisface al cultivo oscila entre 1.500 y 2.500 cm<sup>3</sup> en las zonas bajas más  
Título: Imagen 2 Referencia: Velasco, 2010. Desde el norte de Chiapas. <http://desdelnortedechiapas.blogspot.mx>  
cálidas, y entre 1.200 y 1.500 cm<sup>3</sup> en las zonas más frescas o los valles altos  
según *Manuela S. Giusti* en su artículo “La Siembra del Cacao” (Giusti, M.2010)

El cacao es una planta que se desarrolla bajo sombra, se le considera humbrófila y es por esta razón que las especies que le hacen sombra deben de ser capaces de producir de un 25 a un 30% de sombreamiento, especies como las comunes leguminosas poro (*Erythrina*), Guabas (*Ingas*), maderables laurel, cedro, cenízaro y frutales (cítricos, aguacate, zapote, árbol de pan, algunas palmas) son algunos ejemplos.



La siembra del cacao se realiza en la primera mitad de la temporada de lluvia para tener suficiente tiempo para que el árbol se acople a las condiciones ambientales, después de la siembra inicial, los árboles llegan a ser productivos únicamente después de cinco años. Los árboles tradicionales rinden entre 300 y 500 kg/ha por año.

foto3



**Título:** Imagen 3 **Referencia:** Liriano (2010). La exportación de cacao generó 162 millones de dólares para el país. <http://invertirend.wordpress.com>

El fruto del árbol del cacao tiene una cáscara dura, es alargado, es de forma redonda parecida a una pelota de futbol, con relieves simétricos y longitudinales; una de sus particularidades es que brota directamente del tronco del árbol o de sus ramas más viejas, algo más bien anormal en el mundo vegetal. Los frutos maduran a lo largo del año, pero normalmente se llevan a cabo dos

cosechas en un año: la cosecha principal y la cosecha intermedia. La cosecha intermedia es en general menor que la cosecha principal y para continuar con el proceso se cosecha alrededor de 5 meses. La cosecha del cacao consiste en cortar los frutos maduros de los árboles, abrirlos (normalmente con un machete) y extraer las semillas de los frutos. Estas semillas se ponen a fermentar entre 2 y 8 días antes de secarlas al sol. Los granos se transportan en sacos para su comercialización.

Para sembrar una hectárea de cacao se requieren mil cien semillas, sembradas en filas con una distancia de 3 x 3 m, lo cual da una densidad de entre 950 y 1330 árboles/hectárea. Se deben comprar alrededor de cien semillas más, para cubrir las resiembras, que se estiman en 10%. Las condiciones climáticas y las enfermedades son los principales factores que afectan la producción. (Anónimo, 2011)

Hoy en día la producción de la industria del cacao y su producto el chocolate enfrentan diversos problemas, el mayor de estos es la baja producción de cacao, lo que obliga a importar materia prima. Y aunque el cacao orgánico cuenta con el aval de Certimex e IMO, lo que significa que reúne a aproximadamente 2,400 productores o consigue igualar las ofertas productivas de los países contra los que compite la falta de tecnología y la necesidad de importar materia prima de otros países es un gran tope para el desarrollo de esta industria.

La industria del cacao en México, tiene su mayor producción en Tabasco. El estado de Tabasco tiene una tierra fértil y propicia para la siembra y recolección de esta semilla. En sus efectos Tabasco es el primer productor a nivel nacional de los cultivos de cacao. La producción de cacao en México está concentrada en 83 mil 350 hectáreas, esta cantidad es muy pequeña para poder satisfacer las necesidades del ramo por lo que es necesario importar miles de toneladas de cacao pagando altos aranceles.

México cuenta con cosechas propias de cacao, esto debería de ser un alivio y una ventaja comparativa respecto a los países productores de cacao y chocolate; pero el principal inconveniente de nuestro país es que no contamos con el suficiente cacao y además su acceso a este generan la importación de materias primas, su importación es limitada, por lo que se le resta competencia y evidentemente evolución.

Los cultivos de cacao en México desafortunadamente están pasando por un periodo de crisis gracias a diversos factores como las empresas multinacionales quienes han tenido que establecer precios más bajos ya que los productores de la industria no han podido solventar los gastos de cultivo.

Aunado a esto la emigración de los estados ha hecho que la fuerza laboral disminuya y genere bajas productivas. Las condiciones ambientales y económicas han marcado también un aspecto diferente que segrega la producción de cacao.

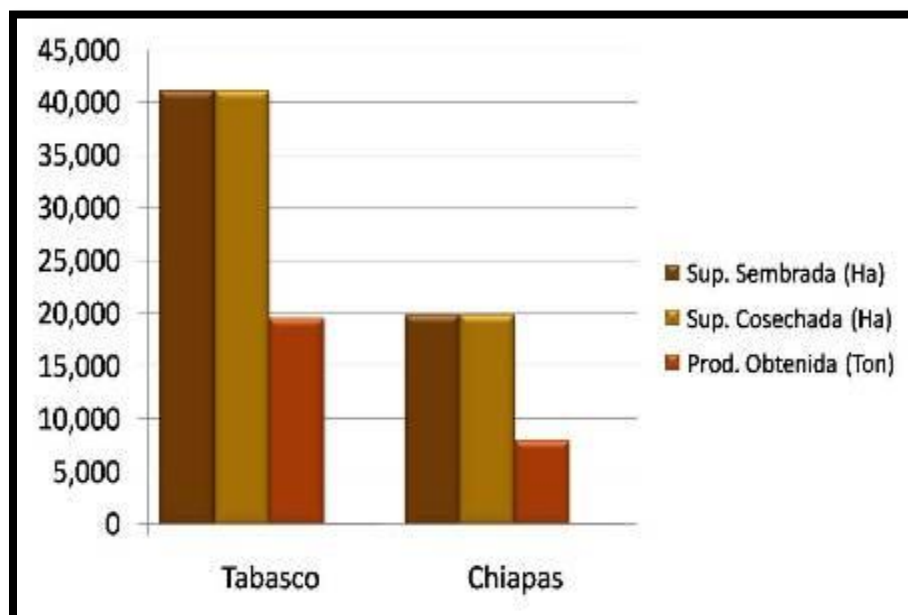
En el mundo dos tercios de cacao entran en el mercado internacional anualmente y el 95% está definido por el grano siendo básico y corriente de acuerdo a los estándares de calidad.

Esperar que toda esta riqueza natural genere un punto determinante para la economía mexicana es un reto que sin duda a base de inversión, estudio y trabajo se puede alcanzar.

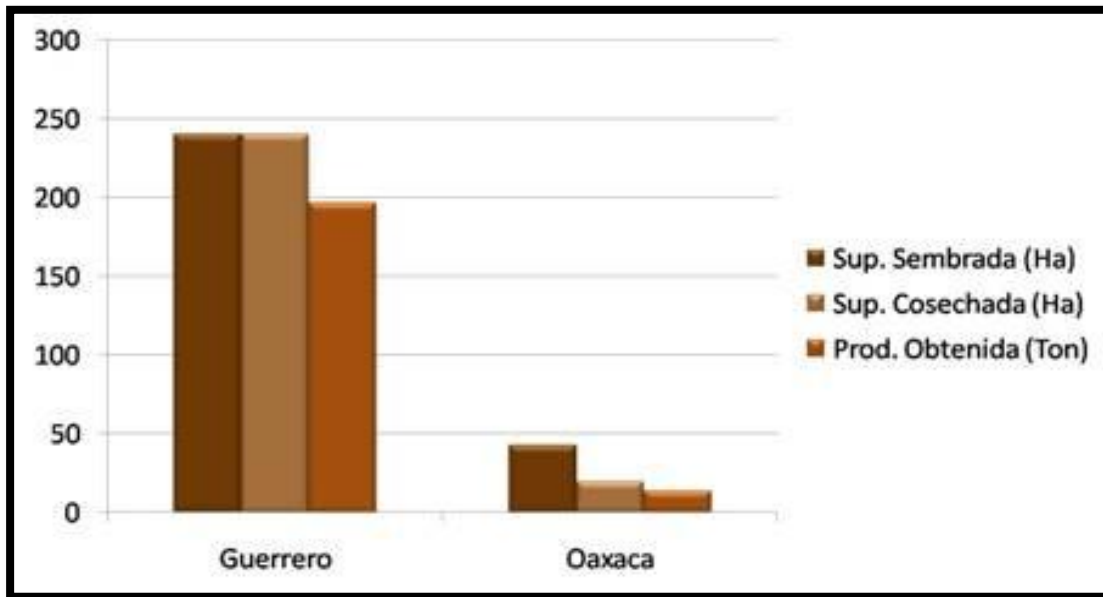
Todos estos datos estadísticos que nos proporciona *The International Cocoa Organization (Organización Internacional del Cacao)*, Banco de México y La Sagarpa nos dan un panorama general de la producción decadente que se está presentando en el sector, por los tiempos de siembra estimados los cuales son realmente largos, las competencia con otras plantas que generan mayor productividad comparadas con un cacao, los altos costos por la manutención de la planta y la necesidad económica y tecnológica que se presenta, no hacen que la situación productiva se vea favorecida en sentido alguno.

En las siguientes graficas 1 y 2 se muestra información del año 2008 una comparación entre los estados productores de cacao, se da a conocer la Superficie sembrada, superficie cosechada y producción obtenida. Se indica de mayor a menor producción

**Grafica 1**

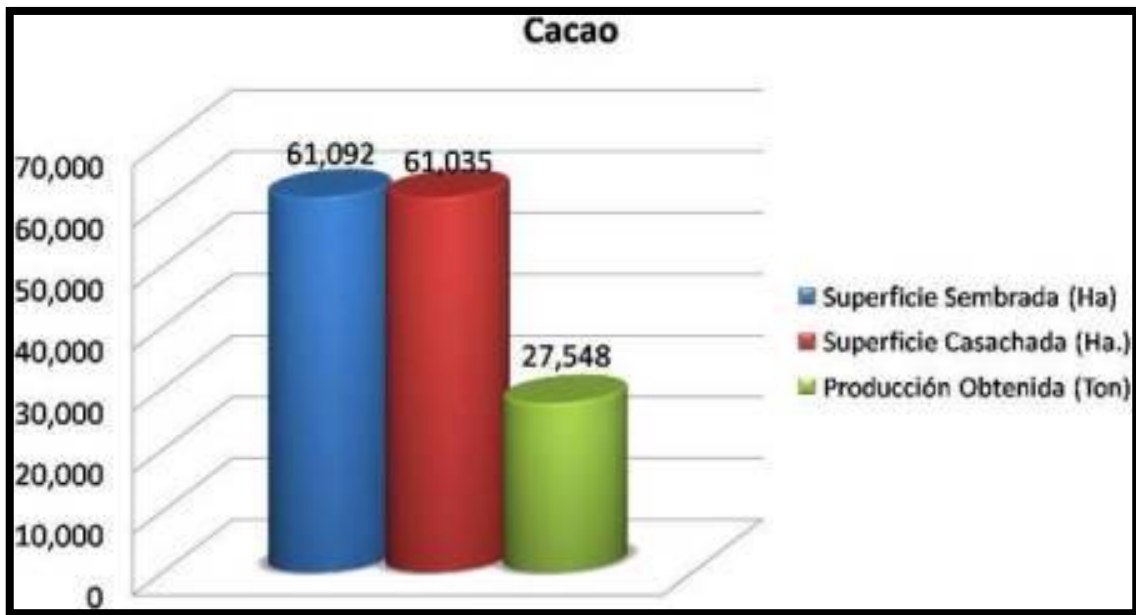


**Grafica 2**



En la siguiente gráfica se muestran datos del cultivo a nivel nacional.

**Grafica 3**





**TABLA 1**

Estado	Superficie (ha)			Producción (ton)	Rendimiento (ton/ha)
	sembrada	cosechada	sinistrada	obtenida	obtenido
CHIAPAS	20,351	19,317		5,999	0.311
GUERRERO	238	238		130	0.547
TABASCO	41,028	41,028		5,458	0.133
<b>TOTAL</b>	<b>61,617</b>	<b>60,583</b>		<b>11,587</b>	<b>0.191</b>

México tiene un rendimiento en promedio de 1.33 y 4.25 de hectárea ya que no tiene mucha inversión el cultivarlo. México cuenta con 39149 unidades de producción de cacao y 60 asociaciones cacaoteras activas dentro de la comercialización.

La gente que se dedica a cultivar dicho cacao son familias pertenecientes más al estado de tabasco que son unas 25233 y en Chiapas 12633.

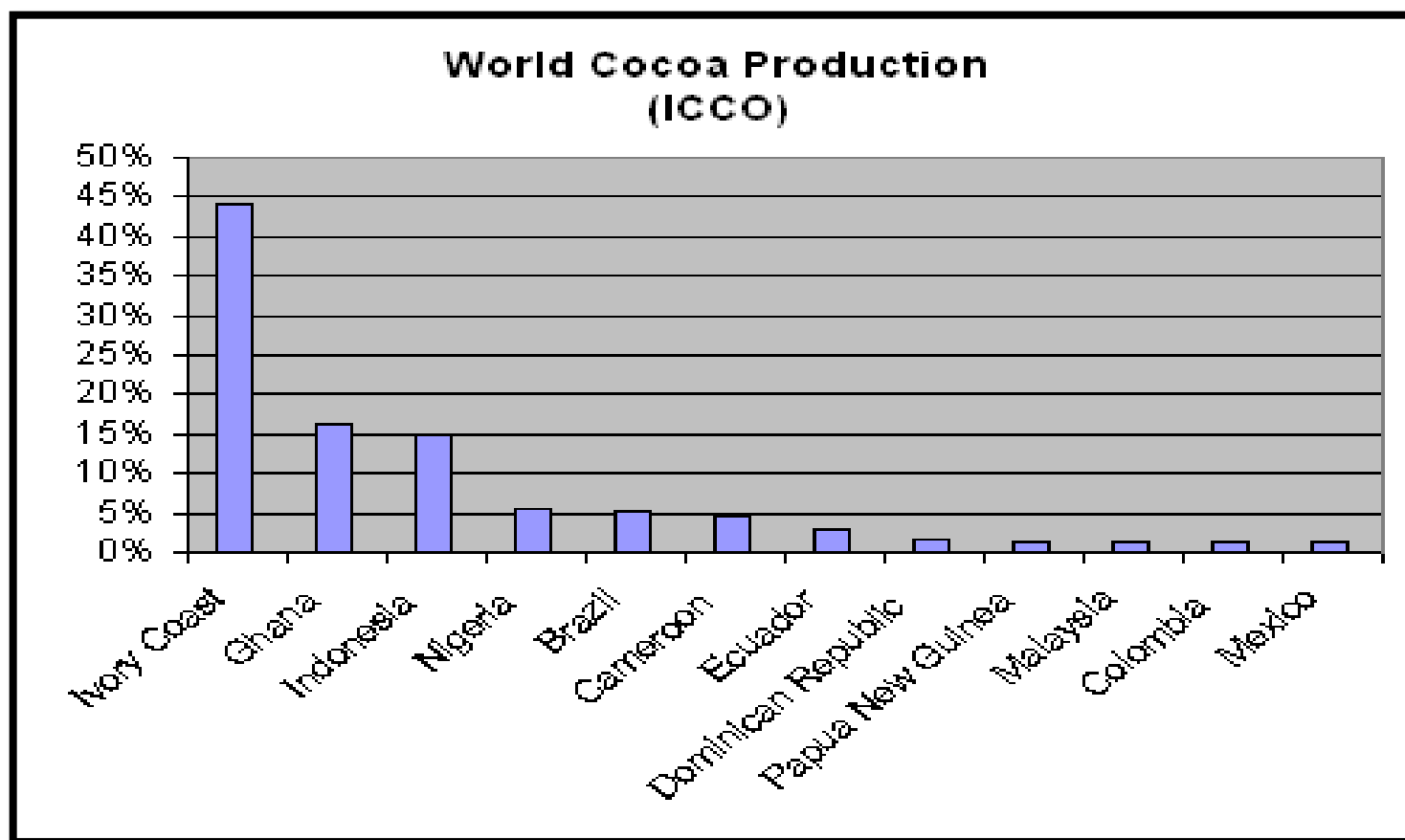
A México con respecto a la producción de cacao le afecto la entrada en vigor del TLCAN ya que por medio de este se introdujeron productos extranjeros los cuales se hicieron demasiado la competencia a las marcas mexicanas causando una gran disminución de ventas en estas empresas ya que las otras marcas cuentan con una mayor tecnología, capacitación, lo cual provoca que las mexicanas les falte competitividad.

Algunos motivos por los cuales ha bajado la competitividad en México es porque los arboles de tabasco tienen más de 40 años de edad; esto significa que soy muy

viejos que la calidad del cacao se reduce, otro motivo es por no controlar la moniliasis, la mancha negra y la falta de tecnificación en el cultivo

Abajo se muestra una gráfica donde se ve la productividad y el bajo desempeño que ha tenido México con otros países, vemos que el país con mayor productividad es Costa de Marfil con 44%, le sigue República de Ghana mayor a 15% y tercer lugar Indonesia con una producción de 15%, como último lugar se encuentra México con producción menor de 5%.

Grafica 4



# MERCADO

# NACIONAL E INTERNACIONAL



## **MERCADO NACIONAL DEL CACAO**

---

En México la superficie dedicada al cultivo del cacao, es aproximadamente de ochenta mil hectáreas, con una producción de 20,000 (aprox) toneladas anuales y el consumo del país es de 30,000 toneladas.

Desafortunadamente el cacao mexicano representa el 0.05% de la producción mundial, mientras que países del continente africano aportan el 70% de la producción mundial y de pésima calidad según el Lic. Ricardo García Florín y el Lic. Mauricio Vázquez Huitrón, Director Ejecutivo y Consejero Suplente de ASCHOCO respectivamente.

### **Consumidor**

#### **FOTO 4**



**Título:** Imagen 4 **Referencia:** Anónimo (2011). Cambio climático, plagas y Pemex ponen en riesgo el cultivo de cacao en México: La Jornada <http://www.vanguardia.com>.



Si queremos un análisis profundo de la situación de cacao en nuestro país bien debemos conocer al consumidor, para que de este modo se pueda valorar la tendencia en el mercado, así como su importancia.

En esta investigación se aplicaron métodos cuantitativos y cualitativos que tratan de explorar los pros y los contras de la situación del cacao en México.

¿Quién es el consumidor de cacao en México? ¿Los consumidores mexicanos realmente conocen el cacao puro? ¿El sabor es una tendencia prioritaria? ¿Qué sabor es el que un consumidor mexicano prefiere? ¿Qué nivel socio-económico consume más cacao (en su presentación habitual chocolate)? Toda y cada una de estas preguntas surgen a partir de la idea principal de esta investigación ¿Por qué el cacao siendo parte de nuestra historia no es hoy en día un producto exitoso nacional e internacionalmente?

Se aplicaron 100 encuestas en zonas geográficas estratégicas con el fin de corroborar datos estadísticos que presenta el INEGI y otras tantas organizaciones dedicadas al estudio del consumidor. Probablemente cien encuestas no es un número representativo para definir por completo el mercado; sin embargo para fines prácticos se respaldan en las estadísticas hechas por las grandes asociaciones del país.

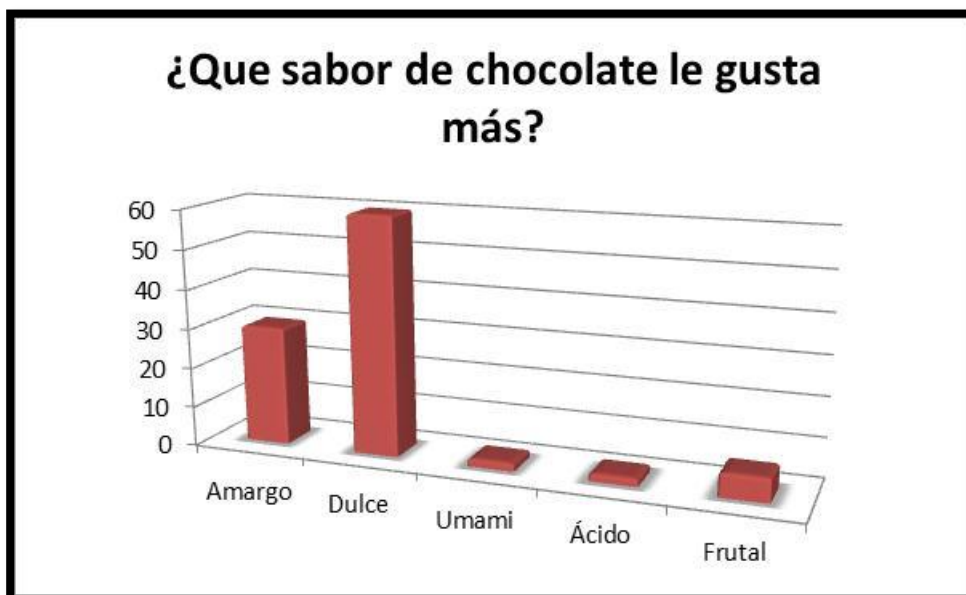
Las cien encuestas fueron aplicadas en dos sectores uno se dirigió al nivel C+ (\$35,000.00 \$84,999.00 Media Alta) y la otra encuesta fue aplicada al nivel D (\$2,700.00 \$6,799.00 Media Baja) con ello pudimos observar los siguientes resultados:

**Grafica 2**



Título: Tendencias de sabor del consumidor mexicano en la clase D

**Grafica 3**



Título: Tendencias de sabor del consumidor mexicano en la clase C+

Por una parte los consumidores de mayores ingresos prefieren en un 50% (aprox.) los sabores dulces y en un 25% (aprox.) los sabores amargos. (*Gráfica 1*) y en sorprendentes resultados los consumidores de ingresos medios prefieren en 70% los sabores dulces y en un 10% los sabores amargos. (*Gráfica 2*) Con esto podemos concluir que el consumidor mexicano prefiere en ambos sectores y por un amplio rango los sabores dulces a comparación de los sabores amargos u otros.

Esto nos demuestra que el sabor también es una importante variable para la industria del cacao, ya que el sabor de un chocolate hecho puramente de cacao tiene un sabor en un 80% amargo, y esto afecta el consumo, ya que los complementos o los sustitutos del mismo hacen que el consumidor deje de demandar el bien y se abra a las posibilidades que les ofrecen con un sabor mucho más dulce.

Las tendencias del consumo en México son significativas ya que en un estudio que se hizo en 2009 por Euromonitor International respecto a las tendencias del sabor, se representa que la mayor tendencia en México son los correspondientes sabores ácidos, picantes y por supuesto para las golosinas son los dulces. El paladar mexicano tiene un paladar más dulce comparado con los paladares extranjeros y eso influye ampliamente.

En un estudio personal con un productor de cacao originario de Chontalpa Tabasco (*Ortiz.2012*), se compara que el sabor del cacao es en un 80% amargo y siendo el paladar mexicano un exigente consumidor de productos dulces, hace que esta sea una situación que deprecia el valor del consumo.

El Sr. Donaciano Ortiz relata...

*“El chocolate que nosotros vendemos no se vende barato porque las personas quieren más un chocolate con una marca y de una tienda, porque ese si sabe dulcecito no que nuestro chocolate pues si es más duro y sabe más amargo”*

*(Productor marginal de cacao y chocolate en barra, entrevista.2012)*

Nuestro país muestra un consumo per cápita de 400 gramos anuales, en tanto la cifra de Brasil alcanza los 2 kilogramos, y los países europeos tienen un consumo mucho más alto aproximadamente 12 kilogramos, y comparado en calidad el cacao mexicano es mucho más puro y consistente.

El consumo per cápita del chocolate en México es uno de los más bajos a nivel mundial; esto obedece a las costumbres y nivel económico de la sociedad. En México el cacao tiene gran presencia en su presentación de tableta, y va dirigido a hombres y mujeres por arriba de los 45 años. El nivel socioeconómico de los clientes es de C+ (clase media alta), lo que no permite un alto consumo.

Datos recientes estiman que la producción no es más de 22 mil toneladas para el ciclo 2011-2012. El mercado del cacao en grano seco en México presenta desde los años noventa una balanza negativa. Se calcula que para este año la demanda interna esperada alcanzará las 65,000 toneladas lo que representa la importación de casi 2/3 partes de este grano.

La competencia no creciente del cacao se ve afectada principalmente por dos sectores del mercado la demanda y la oferta. El chocolate que se vende en tiendas departamentales, de autoservicio, dulcerías entre otros establecimientos, es más consumido que el que no es comercial Cecilia García directora general de la Asociación Anauatlali Pro Derechos de la Propiedad Rural, informó a los consumidores mexicanos de chocolate que este producto se elabora



principalmente en nuestro país con grasa de cacao, manteca y saborizantes artificiales, de tal manera que no son chocolates elaborados 100% de cacao. Evidentemente el panorama no es nada alentador para este sector donde principalmente hay pequeños y mediano productores quienes están sometidos al coyotaje que “va casa por casa porque el productor no tiene ni siquiera con qué transportar el cacao a los centros de acopio. Este va acompañado de otro gran problema, la no vasta producción y los manejos de la comercialización del grano.

Cuando un productor pequeño lleva el cacao algún centro de acopio recibe un papel que le entrega la procesadora para que este cobre cuando ellos lo vendan, pero este papel luego lo pierde el productor y cuando va le argumentan que todavía no han comercializado su grano y si no se le pierde de todos modos no representa garantía alguna de que lo le paguen por el grano hasta que la procesadora decide comentarle al productor de la venta del grano.

“Muchas veces en caso de que no salga, se echa a perder dentro de la misma industrializadora y el productor termina pagándole, por kilo de cacao verde o en baba, cinco pesos mientras que el cacao seco se lo pagan a 30 a 40 pesos el kilo si es que bien le va porque un precio homologado que exista en la comercialización del cacao no lo hay” (García, 2012).



**Título:** Imagen 5 **Referencia:** Anónimo (2011). Arranca la fiesta del cacao en México. FOTO 5

## **Iniciativa Privada**

En México existen diversas organizaciones dedicadas a la producción y al rescate del cacao en sus productos, algunos ejemplos son:

### **Turín**

Empresa mexicana dedicada a la elaboración y comercialización de productos de chocolates. Destacan los bombones rellenos y las coberturas para alta repostería.

### **Chocolate Ibarra**

Empresa mexicana que se dedica a la producción y comercialización de chocolate de mesa, en polvo y golosinas con la marca Ibarra y Choco-Choco.

### **Bremen**

Empresa mexicana que fabrica las chocolateras, chocolate en tablillas, lenguas de gato, trampeados, enjambres, bombones a granel, estuches y materias primas.

### **Dulces De La Rosa**

Una de las dulceras mexicanas de mayor tradición. Fabrican barritas de chocolate macizo en distintas variedades: con leche, amargo, almendra, nogal, cacahuete.

### **Chocolates RPicard**

Industria mexicana encargada de la producción, distribución y comercialización de chocolates a granel, estuches, trufas, enjambres y

tabletas.

### **Chocolatera Moctezuma**

Empresa mexicana originaria de Michoacán que fabrica y vende chocolate de mesa, en polvo, golosinas y materias primas como pasta y manteca de cacao.

### **Chocolate Dos Hermanos**

Empresa mexicana que produce y distribuye chocolate de mesa y chocolate granulado instantáneo o en polvo para preparar bebidas de chocolate.

### **La Suiza**

Una de las principales compañías chocolateras de México, fabrica tablillas y chocolate en polvo, confitados, trampados y bombones rellenos.

### **Giselle**

Empresa mexicana que elabora dulces y chocolates como tablillas, trampados, confitados, bombones rellenos de cereza. También vende cocoa en polvo.

### **La Giralda**

Sus variedades de chocolate no usan grasas vegetales, sino manteca de cacao. Podemos disfrutar las cremas de licores, estuches, corazonetas y chocomentas.

### **Chocolates Costanzo**

Más de 150 productos son fabricados por esta empresa mexicana ubicada en San Luis Potosí. Son famosas las duquesas, princesas, tornillos, jaleas y nueces encandeladas.

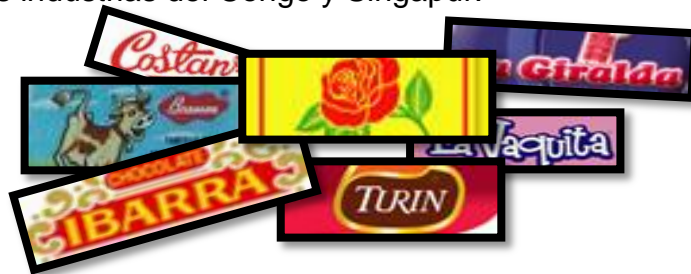
### **Grupo Prisma**

Es conocido en el mercado por productos como las tablillas de chocolate "La Original Vaquita", marca que fue comprada a Wong's en el 2004.

Situándonos en la empresa IBARRA una de las empresas mexicanas por excelencia, podemos referir el deterioro en el consumo y la baja producción nacional. En cuestión de consumo chocolatero son 6,000 toneladas anuales consumidas en un mercado donde el chocolate de mesa alcanza 17,000 toneladas y la presencia en el mercado del chocolate en polvo asciende a 8,000 toneladas de un total de 35,000.

Aunado a esto la industria del chocolate en México consume 30 mil toneladas de cacao al año, cifra que rebasa la producción nacional de cacao según cifras citadas en el INEGI.

Los países industrializados son los principales consumidores de cacao donde se encuentran las plantas procesadoras y fabricantes de chocolate más importantes a nivel mundial. Entre ellas, las más destacadas y ante las que México se ve lejos de poder competir son industrias como la de Europa, la de Estados Unidos de América, la industria Japonesa, la innovadora y reciente industria de Costa de Marfil, y las recientes industrias del Congo y Singapur.



**Título:** Imagen 6 Anónimo (2011). La confitería, el cacao y sus derivados tienen un gran potencial.

<http://www.mexico.com.mx/imagenes/la-industria-del-cacao-y-sus-derivados>



## Oferta y Demanda

**Título:** Imagen 7



**Título:** Imagen 7 **Referencia:** Anónimo (2011). Cambio climático, plagas y Pemex ponen en riesgo el cultivo de cacao en México: La Jornada <http://www.vanguardia.com>.

**Título:** Imagen 7 **Referencia:** Anónimo (2011). La confitería, el cacao y sus derivados tienen un gran potencial. <http://www.portafolio.co/negocios/el-tlc-canada-y-los-productos-agricolas>

Asociado a esto está la apertura de mercado con los Tratados Internacionales un ejemplo el TLC quien pone la importación de cacao en una desventaja significativa ya que este producto paga un arancel de 15% y en sus derivados como pasta y manteca un 20%, lo que genera una baja en la oferta agregada dentro del mercado. (TLC, 1994)

En México la ventaja competitiva se encuentra en la cosecha de cacao propias; pero esto no representa ningún avance ya que la producción se ve limitada por que aunque las cosechas sean parte de un patrimonio, no se cuenta con la suficiente demanda o con los suficientes arboles de cacao que se requieren para abastecer el mercado.

El cacao producido en México atraviesa una difícil situación: la importación libre de aranceles de chocolate extranjero y la protección que han gozado por años los productores de cocoa nacionales, han propiciado el cierre o venta de varias empresas mexicanas, como sucedió el año pasado con La Cubana y Wong's, y antes con Larín y Azteca.

Muchas empresas en México ahora trabajan no con cacao, sino con dulce sabor chocolate, sin manteca de cacao. Así trabajan Ricolino, Bimbo y Sonric's en sus productos. El número de empresas que dejan de hacer chocolate para producir dulces con sabor a chocolate podría crecer aún más, iniciando una nueva era para México como creador de esta golosina.

Larín, La Cubana y Wong's, productora de la Vaquita miniatura, cerraron. Y la Azteca fue comprada por Nestlé. La industria registra que de cada 100 chocolates que se consumen en México, sólo 42 son de procedencia extranjera. La razón del alto consumo de chocolate extranjero a comparación de 1994 era de cero. Esto se debe a la fuerte competencia y a los impuestos que se tienen que cubrir para la creación de un chocolate puramente de cacao.

El apoyo gubernamental es sin duda más que necesario y una alternativa que se discutió en 2011 y se aplicara en el trayecto de este año por parte de las autoridades y la industria será lanzamiento del programa denominado Producto Cacao, con Aserca, con el fin de hacer más competitivo al sector. Producto Cacao permitirá comprar cacao en el extranjero siempre y cuando también se compre una parte en México.

Esto define que se permitirá a las empresas planear y programar sus compras. También evitaría que las empresas estén sujetas a los movimientos del productor, quien la mayoría de las veces ofrecía producto de mala calidad y aun alto costo.

La segunda de las opciones es liberar coberturas por contrato que medien entre los productores de cacao y las empresas fabricantes de chocolates. En esos contratos se fija un precio promedio y si éste baja a nivel internacional al campesino se le paga el diferencial, y si sube, se le paga al industrial.

La agricultura por contrato, establece inventarios y condiciones de calidad y ayudaría fuertemente a la industria. La importación de cacao paga arancel de 15%, y en sus derivados, como pasta y manteca, el 20%. La tonelada de azúcar cuesta 360 dls. Otra inequidad: los supermercados devuelven el producto no vendido extranjero a los importadores; el nacional se paga, se venda o no.

## Competitividad



**Título:** Imagen 7 **Referencia:** Anónimo (2010) Productores de cacao unen esfuerzos para impulsar cultivo.  
<http://prensamag.blogspot.mx>

La competitividad juega un papel fundamental para la industria agrícola y desafortunadamente México no se coloca en un buen lugar que genere el alza de la producción específicamente del cacao.

Por poner un ejemplo real se referencia un artículo de la revista “Empresario” ,*El Economista* (García, 2009) en el cual el Lic. Rosendo Sainz Trápaga, presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolates, Dulces y Confeitería (Aschoco) expresa la tendencia que México representa en el mercado del cacao y en específico la empresa IBARRA S.A de C.V quien tiene una participación importante dentro del sector a nivel nacional. El desarrollo de la industria en los mercados nacional e internacional va poco a poco en ascenso, sin embargo el

primero con mayor lentitud que el segundo. Estas referencias respaldan el lento crecimiento nacional del cacao y de uno de sus usos más comunes, por ejemplo el chocolate.

La crisis económica y el impacto inflacionario en el cacao, junto con todas las expectativas anteriormente descritas no permiten que haya una competitividad dentro y fuera del país. Con estos resultados y sabiendo que el país se rige por el mercado al ser una economía de libre mercado, es decir por su demanda y su oferta, este no alcanza los estándares de abastecimiento que demandan el propio país, resultará más complicado poder generar un crecimiento.

## **MERCADO INTERNACIONAL DEL CACAO**

---

El mercado del cacao nacional no representa una competitiva industria para el mercado internacional, partiendo de los procesos productivos, siguiendo con la oferta y la demanda internacional, los precios internacionales, los tratados comerciales y la competencia en países como Costa de Marfil y Ghana.

### **Precio Internacional**

Según la ICCO (INTERNATIONAL COCOA ORGANIZATION) en su informe anual de mercado internacional publicó que el precio promedio del cacao es de US\$ 2,267 por tonelada unos US\$ 92 dólares menos en comparación con el precio medio registrado en el año anterior.

Con estos datos no se asegura que las negociaciones de precios futuros tiendan a subir, al contrario se prevé que la tendencia sea el descenso de los mercados comparado con lo alcanzado en 2011. (Asociación Nacional del Cacao: Noticias del Cacao, 2011)

### **Demanda y Oferta**

Otro punto importante que no resuelve la posibilidad de crecimiento son las crisis económicas, que se sufren alrededor del mundo. La crisis no resuelta en la zona euro, en términos macroeconómicos, y factores fundamentales como el amplio suministro de Costa de Marfil y Ghana, combinado con el aumento en la fuerza del dólar, frenaron cualquier impulso en el mercado de futuros de cacao.

Además, las expectativas de las ventas a futuro próximo con relación al nuevo sistema de comercialización en Costa de Marfil han tenido un impacto bajista sobre los precios, aumentando la disponibilidad de granos en los próximos meses.



Es importante detallar que la producción y el consumo internacional se ve limitado en la demanda y la oferta; sin embargo comparado con las cantidades producidas y ofrecidas en México, los números se van a la alza para el sector internacional.

### **Producción Internacional**

En África y en Asia los pequeños productores de cacao abarcan de 2 a 5 hectáreas para la producción única y exclusiva de cacao. El cacao es un cultivo de pequeños agricultores esto representa el 90% de la producción mundial, lo que por supuesto deja a México muy por debajo del promedio, ya que su producción se ve reducida en cantidad comparada con los pequeños productores en el continente Africano. (International Cocoa Organization, 2012)

### **Tratados Internacionales**

Con el Tratado de Libre Comercio, México permite que para este año la exportación esté libre de arancel y la importación de cacao pague un arancel de 15% y en sus derivados como pasta y manteca un 20%, lo que por supuesto genera que la producción nacional se vea continuamente afectada y que además al ser mayor el costo de la producción el consumo se debilite, ya que por poner un ejemplo, un chocolate puro de cacao que en 2010 costaba producirlo en un precio estándar, ahora por el alza de la importación se verá en la necesidad de subir su precio, lo que generara una demanda menor.

En nuestras investigaciones de campo pudimos concretar una entrevista con un alto directivo de la Asociación de Chocolateros en México, el Lic. Ricardo García Florín, quien nos dio datos contundentes de la producción no representativa a nivel mundial. México cuenta con las grandes compañías que ofrecen un chocolate a un precio accesible, aun cuando no sea creado o producido con una cantidad razonable de cacao, ya que de ser así los precios se elevarían.

Este movimiento en la demanda, la oferta y los puntos competitivos, hacen que la producción de cacao no sea tan rentable como solía serlo, en la época donde este producto servía como instrumento financiero.

Los problemas que por años ha tenido la industria del chocolate se deben a que sus materias primas presentan, como el azúcar y la leche, frecuentes variaciones de precio. El Tratado de Libre Comercio (TLCAN), en 1994, llegaron al país todos los chocolates de exportación de Estados Unidos y Canadá, arremediando la competencia. Sin embargo, no se redujeron o eliminaron los aranceles de las materias primas para producirlos aquí. Por ello, explicó, los fabricantes de chocolate en México no pueden comprar del extranjero materias primas a precios más baratos, por los altos aranceles; deben comprarlos aquí en su mayoría a productores acostumbrados a ser los únicos abastecedores.

El sector está apoyado por la Secretaría de Agricultura quien ha impulsado diferentes programas en beneficio de la industria del cacao.

El secretario de Agricultura, Francisco Mayorga Castañeda, inauguró una planta fermentadora de cacao orgánico, la cual tendrá impacto tanto en el mercado nacional como en el internacional, con beneficios directos a los productores del sector social.

Se espera que con este complejo agroindustrial el cacao, cultivo con alto valor histórico y cultural, recupere su potencial y se vuelva competitivo en los mercados internacionales, ya que la demanda de productos orgánicos va en ascenso.

Con esto se espera que la agricultura se extienda de manera importante en nuestro país y beneficie a la industria.

En el mundo, dos tercios del cacao ingresan al comercio internacional, donde la cadena de valor está concentrada en pocos transformadores que procesan dos terceras partes de grano. El 95% del grano cacao en este mercado es del tipo: básico, corriente, ordinario o bulk, proveniente del grupo de variedades llamadas Forasteros, y el resto es de grano llamado *fino*, *flavor* o *aromático* de variedades criollas. Son tres los oferentes de un tercio del cacao en chocolates y cocoa en polvo (*Nestlé*, *Mars* y *Hershey'sFood*).

## **IMPULSAR Y MEJORAR LA COMPETITIVIDAD:**

El cacao mexicano posee características para ser un producto capaz de obtener buenos precios en el mercado internacional, sin embargo actualmente puede competir en el mercado internacional. Hay un desabasto interno y el grano no cuenta con la calidad de las normas internacionales; por otro lado, los costos de producción son elevados en México, en comparación con otros oferentes a gran escala.

- ✓ Aprovechar la experiencia de países con alta producción como Brasil y Malasia.
- ✓ Utilización de material vegetativo mejorado, de alto rendimiento, y resistencia a las enfermedades
- ✓ Promover la renovación de cacaotales viejos, utilizando materiales mejorados y haciendo resepas en las plantaciones donde se observan árboles viejos.
- ✓ Adopción de prácticas culturales mejoradas, incluyendo las podas para facilitar la floración y obtener un porte bajo de planta para permitir una cosecha más eficiente.
- ✓ Diversificación de cultivos dentro de la plantación para distribuir el riesgo y reducir la dependencia única del cultivo de cacao.
- ✓ Utilizando el riego, ya que se ha comprobado por parte de las organizaciones de apoyo que los productores que tienen acceso al riego pueden producir hasta el doble.
- ✓ La cosecha del fruto en su punto óptimo de madurez y el manejo adecuado pos cosecha.

## **Políticas:**

La SAGARPA y la Secretaría de Economía introdujeron una política para la importación de grano de cacao en donde los industriales tienen que comprar toda la producción nacional sin importar calidad y precio en la temporada de abril a septiembre, así se protege a los productores primarios de la discriminación y se favorecen los industriales.

Existe un periodo llamado efecto de Costa de Marfil la cual tiene consecuencias como:

- ✓ Una escasez del grano de cacao nacional
- ✓ Tiene altos costos de adquisición la materia prima
- ✓ Los precios se elevan mucho

El objetivo que tienen estas políticas es lograr una mayor competitividad y así fortalecer el sector del chocolate, por medio de reducción de costos y aumentar la eficiencia.



Organizaciones que apoyan a este sector son:

- ✓ SAGARPA: el principal ejecutor y promotor de la creación del Comité Nacional del Sistema Producto Cacao y el Consejo Nacional de Productos de Cacao coordina la política nacional del sector con la Secretaria de Economía
- ✓ Organización de Productores: están organizados por dos organizaciones regionales en Tabasco y Chiapas, también está integrado por 26 asociaciones locales en Tabasco y 47 en Chiapas
- ✓ Comité Nacional del Sistema Producto Cacao: está representado por representantes nacionales, productores, industria y gobierno
- ✓ Consejo Nacional de Productos de Cacao: tiene representación regional, hay duplicidad con las organizaciones tradicionales, las Uniones y Asociaciones las cuales pueden ser útil para la separación de las funciones de gestión en las empresas
- ✓ La Fairtrade Labelling Organization( FLO): se compone de dos cuerpos independientes FLO-I para establecer normas y FLO-certLtd, para la certificación de Comercio Justo, se compone de 19 iniciativas entre ellas México.

## **PROPUESTAS INTEGRALES**

Como se distingue en la investigación podemos concluir que la industria del cacao nacional e internacional requiere de un exhaustivo y detallado apoyo, con el fin de hacer más productiva la industria.

El gobierno federal ha impulsado la industria con créditos para la implementación de una tecnología que solventa la producción de esta semilla. Esto es vital para una industria que trata de sobrevivir dentro de los tiempos y el espacio de la producción. Si se pudiera establecer un presupuesto que permitiera a los productores abastecer sus cultivos y apoyarse de los recursos existentes, la producción se vería considerablemente elevada.

Si la producción nacional aumenta, es posible que se pueda abastecer la demanda nacional y competir con los precios en el mercado, al mejorar su capacidad de producción.

En una conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo se estableció:

- a) Promover la cooperación internacional en la economía mundial del cacao
- b) Facilitar un marco apropiado para el debate de todos los temas relacionados
- c) con el cacao entre los gobiernos y con el sector privado.
- d) Contribuir al fortalecimiento de las economías cacaoteras nacionales de los
- e) países Miembros, mediante la preparación, el desarrollo y la evaluación de proyectos apropiados, que se someterán a las instituciones pertinentes con miras a su financiación y ejecución, y la búsqueda de financiación para



proyectos que beneficien a los Miembros y a la economía cacaotera mundial;

- f) Procurar obtener precios justos que aseguren un rendimiento económico
- g) equitativo tanto para los productores como para los consumidores dentro de la cadena de valor del cacao, y contribuir al desarrollo equilibrado de la economía mundial del cacao en interés de todos los miembros.
- h) Fomentar una economía cacaotera sostenible en términos económicos, sociales y medioambientales. (Convenio Internacional del Cacao, 2010, 2010)

Esto mejoraría sin lugar a dudas la producción y el mercado internacional para la industria del cacao, aunque por las investigaciones hechas es imposible mejorar la perspectiva internacional que genere una productividad efectiva no sólo para la industria si no para el país, sólo con algunas reformas en el mercado internacional.

México cuenta con la zona perfecta para poder cultivar esta semilla, el apoyo gubernamental, la falta de tecnología, las pequeñas producciones y un abastecimiento real de la semilla, son sólo algunos de los problemas que se presentan y que de apoyar uno podría crear una cadena que generara el desarrollo de la industria.

En un comunicado por parte del Edo de Yucatán se presumió la idea de poder importar la semilla y sus aditamentos con la finalidad de sembrarlos en la zona óptima de ese estado; sin embargo la zona de Yucatán no es de las más propicias para el desarrollo del cacao.

México tiene grandes posibilidades de mejorar la industria del cacao, apoyándose en la posibilidad de reestructurar la estrategia y colocar los apoyos que se requieren en el área en que se necesitan y aumentar la producción a nivel demanda y oferta y no establecer precios artesanales.



## **GLOSARIO**

1. **Arancel:** m. Tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costas judiciales, aduanas, ferrocarriles, etc.
2. **Aval:** m. Escrito en que alguien responde de la conducta de otra persona, especialmente en materia política.
3. **Cenízaro:** m. Árbol de copa ancha, de la familia de las Mimosáceas, que se cubre de flores rosadas o rojas, según la variedad, y cuya fruta, en vainas, sirve de alimento al ganado. Su madera es dura y fina.
4. **Empresas multinacionales:** f. Sociedad mercantil o industrial cuyos intereses y actividades se hallan establecidos en muchos países.
5. **Hectárea:** f. Medida de superficie equivalente a 100 áreas. (Símb. *ha*).
6. **Horqueta:** f. Parte del árbol donde se juntan formando ángulo agudo el tronco y una rama medianamente gruesa.
7. **Humbrófila:** f. Nombre científico para referirse a las plantas de sombra.
8. **Inversión:** f. Acción y efecto de establecer el destino de los recursos financieros de una empresa.
9. **Molinillo:** m. Palillo cilíndrico con una rueda gruesa y dentada en su extremo inferior, que se hace girar a un lado y otro entre las manos extendidas, para batir el chocolate u otras cosas.
10. **Porro:** m. Calabaza en forma de pera y con cuello, que sirve para diversos usos, especialmente para cebar mate.
11. **Segregar:** tr. Separar o apartar algo de otra u otras cosas.
12. **Tonelada:** f. Medida de capacidad equivalente a 2,83 m<sup>3</sup> / f. Peso de 1000 kg. (Símb. *t*).
13. **Umami:** m. vocablo que significa sabor gustoso, es uno de los cinco sabores básicos junto con el dulce, ácido, amargo y salado.

## **REFERENCIAS**

### **a) IMÁGENES**

**Imagen 1:**

**Giusti, M.2010 La siembra del cacao. La Era ecológica #3. Vol 3.**

**<http://www.clubdarwin.net/seccion/negocios/la-crisis-de-la-deuda-en-la-ue-podria-llevar-alza-de-precios-del-cacao>**

### **b) GRÁFICAS**

**Grafica 1:**

**L, Hernández (2012) .Tendencia del sabor.**

### **c) GENERALES**

**(Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cacao, 2010)**

**[https://www.facebook.com/LILOOOOOOOOUUUUUUUUUU?ref=tn\\_tnmn](https://www.facebook.com/LILOOOOOOOOUUUUUUUUUU?ref=tn_tnmn)**

**ICCO INTERNACIONAL CACAO ORGANIZATION**

**MIERCOLES 30 DE MAYO 2012**

**<http://www.icco.org/statistics/monthlyreview.aspx>**

**Revisión del mercado de Cacao - Noviembre 2011**

**Noticias Fuente:ICCO**

**<http://www.canacacao.org/contenido.print.339/revisi%F3n-del-mercado-de-cacao-noviembre-2011.html>**

**<http://www.fao.org/docrep/005/ac784e/ac784e-02.htm>**

**ID:134667**

**Idioma: ES.**

**Año de publicación:2002**

**URL:**<http://www.fao.org/docrep/005/ac784e/ac784e00.htm>

**Número de trabajo:AC784**

**Departamento: NR**

**División:NRC**

**País:Cuba**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate>

**Esta página fue modificada por última vez el 29 may 2012, a las 21:47.**

<http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s0w.htm>

**Perspectivas a plazo medio de los productos básicos agrícolas**

**ID:164761**

**Idioma:ES**

**Año de publicación:2004**

**Páginas:192**

**URL:**<http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s00.htm>

**Número de trabajo:**

**Y5143**

**ISBN:9252050779**

**ISSN:1811-7252**

**Departamento:ES**

**División:EST**

**Título de la serie:FAO Commodities and Trade Technical Paper**

**Versión:1**

**PDF:     <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/007/y5143s/y5143s00.pdf>**

**Este documento también disponible en:**

**French**

**Perspectives à moyen terme pour les produits agricoles**

**<http://www.zchocolat.com/z34/chocolate/chocolate/historia-del-chocolate.asp>**

**[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/andrade\\_a\\_cm/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/andrade_a_cm/capitulo2.pdf)**

**[http://www.cronica.com.mx/nota.php?id\\_nota=167280](http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=167280)**

**CRONICA.COM.MX**

**TITULO: Chocolate, amarga realidad; Dulce para el que lo come...**

**FECHA:MIERCOLES 30 DE MAYO DEL 2012**

**<http://blogs.tudiscovery.com/noticias/2011/01/secuencian-los-genomas-del-chocolate.html>**

**DISCOVERY NOTICIAS**

**AUTOR: Larry O'Hanlon**

**TITULO: SECUENCIAN LOS GENOMAS DEL CHOCOLATE**

**<http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n1697288.htm>**

**LA PRENSA**



**TITULO: México, de los países con menor consumo de chocolate**

**FECHA: 6 DE JULIO DE 2010**

**[http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/sectorial/biosa/dic/biosa.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/sectorial/biosa/dic/biosa.pdf)**

**INEG**

**TITULO: BOLETIN DE INFORMACION OPORTUNA DEL SECTOR ALIMENTARIO**

**NUMERO: 311**

**FECHA: OCTUBRE 11**

**[http://www.mexicocampo dentro.org/cacao\\_chontalpa.php](http://www.mexicocampo dentro.org/cacao_chontalpa.php)**

**<http://www.youtube.com/watch?v=stg7WNlm2xl>**

**[http://www.planetaazul.com.mx/site/?p=35021&upm\\_export=print](http://www.planetaazul.com.mx/site/?p=35021&upm_export=print)**

**PLANETA AZUL.COM.MX**

**TITULO: CACAO ORGÁNICO COLOCARÍA A MÉXICO COMO MAYOR PRODUCTOR EN AMÉRICA**

**FECHA:**

**Post modified date: 2011-12-06 14:41:30**

**Post modified date GMT: 2011-12-06 20:41:30**

**[WWW.sagarpa.gob.mx](http://WWW.sagarpa.gob.mx)**

**SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, DESARROLLO RURAL,  
PESCA Y ALIMENTACION, MÉXICO**

**- ALGUNOS DERECHOS RESERVADOS © 2010 - POLÍTICAS DE  
PRIVACIDAD**

**[www.aschoco.org.mx](http://www.aschoco.org.mx)**

**<http://elempresario.mx/exporte-sabor-y-color>**

**ELEMPRESARIO.MX**

**Exporte con sabor y color**

**Escrito por Anónimo el 10 Ago 2009**

**[http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/14358-tendencias-del-  
mercado-latinoamericano-golosinas-](http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/14358-tendencias-del-mercado-latinoamericano-golosinas-)**

**ENFASIS ALIMENTACION**

**18 | 09 | 2009**

**TENDENCIAS DEL MERCADO LATINOAMERICANO EN GOLOSINAS  
POR EUROMONITOR INTERNATIONAL**